

состоящей из фотографий леса и огня. Такой дизайн сильно ухудшает восприятие информации и читаемость текста. Цвета не гармонируют, что действует на читателя раздражающе. Психологи давно установили определенные закономерности восприятия текста в зависимости от его графического исполнения: текст, как и рисунок, должен привлекать и обязательно удерживать внимание читателя. Иностранные специалисты в сфере дизайна СМИ все чаще обращаются к изобразительным приемам информации, все охотнее пользуются символикой или иероглификой, приобретающей международный характер. Часто информация, представленная в инфографике зарубежных изданий, легко декодируется носителем любой культуры.

Подавляющая часть белорусских газет даже не пытается создавать инфографику. В республиканских газетах встречается псевдоинфографика в виде обычных столбчатых или круговых диаграмм на каком-либо ярком фоне. Редакции зачастую публикуют лишь красивые картинки с недостаточной информационной насыщенностью.

Качественная инфографика создается в тесном сотрудничестве журналистов как авторов стержневой идеи и дизайнеров, способных привлекательно и эффективно оформить данные. На эту работу уходит намного больше времени и сил, чем на журналистские материалы традиционных жанров или классическую верстку газетных полос по шаблону. Для успешного решения творческих задач по созданию инфографики редакциям следует привлекать к данной работе наиболее опытных и талантливых журналистов и оформителей, повышать квалификацию сотрудников и разработать систему гонораров за качественный информационный продукт.

**Людмила Скибицкая**

*Брестский государственный университет им. А.С. Пушкина*

## **СПОСОБЫ И ПРИЕМЫ РАСКРЫТИЯ ОБРАЗА ЧЕЛОВЕКА В ПОРТРЕТНОМ ОЧЕРКЕ Л. ЕКЕЛЯ**

Объектом изображения в портретном очерке выступает личность. Суть публикации данного типа заключается в том, чтобы показать аудитории, каким ценностям служит герой, в чем видит смысл своего существования, чтобы читатели могли соотнести собственную аксиологию с ценностями других людей и – как следствие – скорректировать свои действия, образ жизни и пр.

Хрестоматийный пример портретных очерков представлен в творчестве М. Горького, А.И. Куприна, журналистов Т. Тэсс, А. Аграновского и др. Не уходит эта жанровая разновидность очерка и со страниц современных газет. Именно портретный очерк лидирует среди прочих разновидностей этого жанра в печатных СМИ.

В современной очеркистике, подчеркивает М.Н. Ким, «человеческая жизнь рассматривается в тесной взаимосвязи с общественно-политическими, экономическими и социально-психологическими процессами в обществе» [5, с. 212–213]. При учете влияния на личность среды, обстоятельств, условий воспитания и т. д. формируется представление о человеческой жизни как многоуровневом образовании, следовательно, задача воссоздания образа человека в очерке представляется весьма сложной. Малый объем очерка, в свою очередь, диктует определенные ограничения. Проиллюстрируем данный тезис на примере произведения известного белорусского журналиста Л. Екеля.

Чтобы написать полноценный очерк, журналисту необходимо настроиться на «волну» эмоций и мыслей своего героя. Об этом пишет автор: «Встреча с ним (героем. – Л.С.), как поездка в неведомую страну. Где свои обычаи, традиции, миропонимание. И все это надо постигнуть за несколько часов. Увидеть ту страну не глазами туриста, а стать на время ее жителем» [2]. Подобная настроенность побуждает особую тональность письма – лиризм и исповедальность. Авторы не стремятся «спрятаться» за героя, напротив, они открыто выражают свою позицию.

Очерковый персонаж несет в себе все черты, присущие конкретному человеку, при этом жизненная основа образа претерпевает художественную трансформацию – через отбор жизненных фактов и разнообразные приемы изображения человека. К ним относится психологизм, который рассматривается в публицистике как метод осмысления личности в соответствии с законами науки и одновременно эстетический принцип изображения характера, предполагающий использование системы художественных средств [5, с. 58].

Выразительным элементом очерковой структуры в целом и создания образа героя в частности являются портретные характеристики. В.И. Шкляр утверждает, что «портрет в публицистике зачастую выступает в качестве своеобразного аналога характера героя. Он дает возможность наглядно, зримо увидеть героя и в этом плане стимулирует читательское воображение. Другая его функция – помочь через выделение каких-то внешних деталей заглянуть в мир души человека, в мир его эмоций и чувств» [6, с. 44]. При этом в портретной очерковой ха-

рактистике документальная точность отображения (одно из ведущих требований) сочетается с типизацией как результатом художественного обобщения.

Проанализируем данное положение на примере произведений Л. Екеля. Портретный очерк органично предполагает включение описания внешности героя, редко подробное, чаще через ключевые детали. Однако в очерках белорусского журналиста портрет в классическом его понимании – редкость. Л. Екель живописует внутренний мир своих героев, рассказывая об их поступках, действиях. Так, в очерке «Путь к вершине» портрет героя создается ассоциативно: «Сильные люди всегда просты. Эта известная истина напомнила о себе, когда я беседовал с Николаем Владимировичем. С первой минуты он расположил к себе искренностью и какой-то особой задушевностью. А это присуще личностям цельного облика. У них и слова, и поступки всегда продиктованы совестью». Далее облик героя дополняется динамикой его поступков: «Молодой, собранный, хорошо подготовленный профессионально, интеллигентный выпускник вуза на хозяина района произвел самое благоприятное впечатление...» [4]. Это не портрет в традиционном понимании, и все же в сознании читателя возникает образ «уникальной личности ректора». А в очерке об Александре Масло («Кудесник “Затерянного рая”»), напротив, журналист использует классический портрет, потому что именно такой портретной характеристики искомый тип героя: «Улыбка осветила лицо мастера и, пробежав, спряталась в бороде. Коренастый, плотный, могучий, как дуб на лесной поляне, со смешинками в прищуренных глазах, Александр сам напоминал сказочного персонажа. Этакого доброго и щедрого на чудеса волшебника...» [3].

Журналист стремится к индивидуализации каждого персонажа, открыто декларируя эту позицию в одном из очерков [см.: 2]. Однако это вовсе не означает отказ от типизации, потому что галерея созданных Л. Екелем персонажей представляет собой версификации одного типа – человека, трудящегося на земле, человека не слова, а действия, того, на ком, по мнению журналиста, держится земля. В некоторых очерках Л. Екель создает коллективный портрет героя («Дневник председателя», «Товарищ председатель», др.).

Процесс самораскрытия, самоанализа героя может быть описан в очерке через монолог или диалог, выступающие в качестве различных проявлений самосознания персонажа. В монологе герой полностью погружен в себя: видит и слышит только себя; выражает только собственную точку зрения на вещи; его сознание не соприкасается с другими

сознаниями. Поэтому мир героя, как правило, предстает перед читателями в одностороннем порядке. Монологическая форма, если становится самодовлеющей в очерковом жанре, приближает его к эссе. Таковы по своей тональности, например, тексты Л. Екеля «Повесть о настоящем мужике», «Крутые версты».

Если проблемные, судебные очерки, исследуя психологию людей, преступающих законы, попирающих ценности, стремятся предупредить читателя о социальной опасности, то портретные очерки, как правило, восполняют дефицит положительных примеров. В личностях, являющихся героями портретных очерков, содержится созидательная, позитивная энергия, которую и стремятся передать читателям авторы.

Таков герой очерка Л. Екеля «“Абибок” – имя гордое», глава семьи по фамилии Абибок, в которой слышится по прочтении текста восхищенная, а не ироническая нота. Любовь к музыке, чувство прекрасного сопровождало этого человека всю жизнь и влекло к нему людей с такими же эстетическими настроениями. Так с течением времени образовался семейный ансамбль «Абибок» в Житковичском районе, получивший звание народного, потому что, как говорит Константин Константинович (герой очерка), «не в форме дело, а в содержании. В живой, трепетной душе, которая есть в народной музыке. Мы ее не глушим, не уродуем переделками, а доносим людям в том первозданном виде, в каком исполнялось и пелось нашими предками» [1]. В этих словах проявляются и отношение героя к своему делу, и направленность его жизненных устремлений, и, конечно, его идеальные представления о том, что такое народная душа. Таковы и многие другие герои очерков журналиста.

Портретные очерки Л. Екеля, продолжающие традиции русской и советской публицистики, формируют у читательской аудитории так необходимый сегодня созидательный образ действительности.

#### *Литература*

1. Екель, Л. «Абибок» – имя гордое / Л. Екель // СБ. – 2011. – 27 апр. – С. 14.
2. Екель, Л. Возвращение хозяина / Л. Екель // СБ. – 2011. – 9 июня // Архив газеты «СБ. Беларусь сегодня» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sb.by/post/117732/>. – Дата доступа: 5.09.2012.
3. Екель, Л. Кудесник «Затерянного рая» / Л. Екель // СБ. – 2011. – 12 апр. – С. 15.
4. Екель, Л. Путь к вершине / Л. Екель // СБ. – 2011. – 29 марта. – С. 7.
5. Ким, М.Н. Технология создания журналистского произведения: монография / М.Н. Ким. – СПб.: Изд-во Михайлова М.А., 2001. – 320 с. // Evartist-библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text/71.htm>. – Дата доступа: 28.07.2012.

6. Шкляр, В.И. Публицистика и художественная литература: продуктивно-творческая интеграция: автореф. докт. дис. / В.И. Шкляр. – Киев, 1989. – 53 с.

**Наталья Тумилович**

*Белорусский государственный университет*

### **О НЕКОТОРЫХ ТЕНДЕНЦИЯХ РАЗВИТИЯ ЖУРНАЛЬНОГО РЫНКА БЕЛАРУСИ (на примере изданий женской тематики)**

Журнальный рынок Беларуси, являясь одним из наиболее активно развивающихся сегментов отечественного медиапространства (на 1 августа 2014 г. в Государственном реестре средств массовой информации зарегистрировано 790 журналов, в сравнении с 709 газетами; в течение первого полугодия появилось 24 журнала, 7 газет; аннулировано 12 журналов, 3 газеты) [1], в то же время испытывает серьезное давление со стороны СМИ России и Украины. Выбор импортных журналов самой разнообразной тематики широк, это и издания, ориентированные на разновозрастные категории, и узкоспециализированные российские версии международных брендов (если говорить о женских журналах, в качестве примера можно привести Cosmopolitan, уже два десятилетия распространяемый на территории постсоветских стран, проекты, объединенные и выпускаемые издательским домом Burda под общей маркой «Лиза»), собственно российские торговые марки («Крестьянка», достаточно успешно адаптировавшаяся в условиях жесткой конкуренции российского рынка). Безусловно, традиционные отечественные издания «Гаспадыня», «Алеся» и даже достаточно популярный в Беларуси «Женский журнал», ориентированные на аудиторию более старшего поколения, уступают вышеперечисленным российским СМИ. Однако в последнее время появляются и отечественные журналы, способные завоевать, а главное – удержать собственную молодую аудиторию за счет удачного сочетания контента, не локализованного по пространственной и временной характеристикам, достаточно броского визуального оформления, качественной полиграфии и приемлемой цены. К таковым можно отнести, в частности, продукцию издательского дома «Толока» – пример успешной диверсификации медиапродукции и освоения журнального рынка с выходом за пределы собственно Беларуси. Будучи основанной в 1990 г., компания за двадцать лет от распространения одной газеты для всей семьи расширила список предлагаемых читателю